



Business

Na „crnoj listi“ EU 93 avio-kompanije.

Evropska unija je ove nedelje objavila „crnu listu“ 93 avioprevoznika, uglavnom iz Afrike, kojima je zabranjeno sletanje na evropske aerodrome, zbog toga što ne ispunjavaju međunarodne standarde o sigurnosti putnika. Na listi putnika čiji su letovi zabranjeni u svih 25 članica Unije su kompanije za prevoz tereta i putnika i Konga, Ekvatorijalne Gvineje, Sijera Leonea, Svazilenda i Liberije. Ti prevoznici, kako je procenjeno, nemaju adekvatan sistem kontrole i bezbedonosnih standarda tako da više neće moći da lete ka evropskim centrima. EU je donela zabranu za čak 50 prevoznika iz Konga, 14 iz Siera Leonea i za 7 avio kompanija iz Svazilenda. Ova lista objavljena na Internetu revidiraće se svaka tri meseca. Turističke agencije biće obavezne da informišu putnike o tim prevoznicima i oni će imati pravo na nadoknadu ukoliko su kupili kartu prevoznika sa „crne liste“.

L'Oreal kupuje Body Shop. Vodeća svetska kozmetička kompanija L'Oreal najavila je da će kupiti kompaniju Body Shop za \$652 miliona. Body shop je lanac prodavnica poznat po tome što proizvodi samo prirodne i ekološke proizvode koji se ne testiraju na životinjama, a svojevremeno je osnivač Anita Rodik znala da kritikuje ovu veliku svetsku firmu zbog njenih neetičkih postupaka. Body Shop ima svoj lanac od 1 900 prodavnica u 50 zemalja sveta. „Velike kompanije su shvatile da potrošači vole „saosećajnu“ kozmetiku. Nadam se da će Body Shop ubediti L'Oreal da usvoji više etičkih standarda u svom poslovanju“ – kaže pripadnica pokreta za zaštitu prava životinja.

Communications

Nevolje sa pretraživačem. Pretraživači mogu izbaciti mnoge nepoželjne podatke o određenoj osobi. Takva nezgoda desila se Džošu Santaledu poznatom web developeru koji saraduje sa uvažanim klijentima kao što su Volt Dizni, Niklodeon, Majkrosoft. Ukucavanjem njegovog imena pored njegovog zvaničnog sajta može se videti i njegovo priznanje o konzumiranju droga. Kao tinejdžer buntovnog duha učestvovala je na jednom chat forumu o najboljem doživljaju tokom uzimanja droge. Pet godina kasnije, ovaj podatak se pojavljuje 7 po redu među 92 000 pronađenih linkova. Džoš sada savetuje svoje klijente „Pažljivo, ne postoji brisač na Internetu!“

Kultura ispijanja čaja. U društvu koje je naviklo na kafu naučiti ljude da piju čaj izazovan je zadatak. Ron Rubin, direktor firme Republika čaja koji sebe naziva „Ministrom za čaj“ kaže da je odgovor jednostavan - srk po srk. „Problem u Americi je što je posle Bostonske čajanke čitava nacija počela da konzumira kafu.“ – kaže Rubin. On naglašava da njegova kompanija želi da kreira priču o određenom životnom stilu i zdravlju. „Kada kažete kafa – pomislite na ubrzanje, dok čaj simbolizuje usporenost i mirnoću“. Republika čaja je danas postala uspešna kompanija sa prepoznatljivim brendom. Ministar čaja kaže da je to urađeno uvođenjem novih ekskluzivnih vrsta čajeva iz Južne Afrike kao i proizvodnjom belog čaja koji se pravi od biljke ubrane neposredno dva dana pred cvetanje. Tržište čaja u Americi vredno je oko \$6.8 milijardi i još uvek raste.



Noćenje po kilogramu. Jedan hotel u severnoj Nemačkoj počeo je da naplaćuje noćenje u zavisnosti od kilaza gostiju. Pre nego što uđe u sobu, gost prvo mora da se izmeri. Svaki kilogram košta \$ 0.61. Vlasnik ovog hotela kaže da je primetio da iz godine u godinu dolazi sve više gojaznih ljudi i da je ovo način da se Nemci inspirišu da vode računa o svom zdravlju i liniji. „Zdraviji gosti žive duže i duže će biti gosti hotela“ – kaže vlasnik.

Internet bukiranje gasi radna mesta .

Britiš Ervejz će do avgusta meseca zatvoriti kol centar u Belfastu kao i 17 agencija za bukiranje karata zbog povećanog broja bukiranja karata preko Interneta, što je i bila namera ove kompanije sa ciljem smanjenja troškova. „Jasno je da povećani broj klijenata želi da organizuje svoje putovanje preko Interneta. To je trend u turističkoj industriji i mi radimo u skadu sa njim“ – kaže komercijalni direktor Martin Džordž. Ova promena u načinu poslovanja usloviće otpuštanje 300 radnika.

Saradnja Dojče telekoma i Majkrosofta.

Najveća evropska telekomunikaciona kompanija Dojče telekom će se udružiti s Majkrosoftom i svojim korisnicima u Nemačkoj ponuditi TV usluge preko Interneta. DT je ovaj potez najavio u skladu s namerom da proširi svoju nacionalnu mrežu digitalnih telefonskih linija uz nove interaktivne usluge.

Partner na prvi utisak.

Brzi poslovni svet nametnuo je svoja pravila i agencijama koje se bave nalaženjem bračnog partnera. „Speed dating“ je najnoviji trend za prezaposlene samce u veliki metropolama koji žele da na najefikasniji način odaberu pravu osobu. Agencije koje se zovu 8 minute dating ili Hurry date omogućavaju ovim nestrpljivim osobama da za jedno veče u restoranu upoznaju preko 10 osoba sličnih interesovanja poklanjajući svakoj do 8 minuta. Ova pojava otvorila je staru dilemu o prvom utisku i njegovom značaju. Neki čak smatraju da je i 6 minuta previše vremena. Prema profesoru Majklu Sanfrenku ljudi izvlače zaključke o nekoj osobi posle trećeg minuta sastanaka, dok istraživači sa Čarlton Univerziteta da je potrebno dvadeseti deo sekunde za ljude da registruju šta im se dopada, a šta ne kod određene osobe.

Navijači troše milijarde na suvenire.

Fudbalski fanovi u Velikoj Britaniji troše više novca na suvenire kluba nego bilo koja druga evropska fudbalska nacija. Istraživanje među navijačima iz Francuske, Nemačke, Italije i Španije pokazalo je da prosečni britanski navijač potroši preko 180 evra na klupske suvenire što ukazuje na činjenicu da su fudbalski klubovi tokom prošle godine zaradili 2.7 milijarde evra samo na različitim rekvizitima za utakmice. A globalno, najprodavaniji su suvenirni klubova Real Madrid i Juventus.

Nedokazane tvrdnje.

Regulatorno marketinško telo u Velikoj Britaniji zabranilo je društvu za zaštitu životinja Peta da u direktnoj kampanji koristi tvrdnju da svake godine u ovoj zemlji bude ubijeno 3 miliona životinja tokom bolnih eksperimenata. U zabrani je rečeno da ova tvrdnja može da degradira ustanove koji vrše te eksperimente. Regulatorno telo saopštilo da je Peta uspela da dokaže da toliki broj životinja umre u Velikoj Britaniji posle eksperimenata, ali ne da je to za njih bolno iskustvo. Zbog nedokazane tvrdnje ovo društvo za zaštitu životinja ne sme da koristi tu izjavu u propagandnim materijalima.

Preispitivanje uragana. Posle svake krizne situacije potrebno je sumirati rezultate i izvući pouke. Novi izveštaj državne agencije u Luizijani koja je bila nadležna za kriznu situaciju za vreme uraganske katastrofe pokazuje je da je državi neophodno više PR menadžera kako bi se javnosti predstavilo šta se radilo za vreme uragana Katrina i Rita. Posle procene krizne situacije agencija je sebi dala veoma visoke ocene. U njenim kancelarijama svakodnevno su se tokom ove vremenske nepogode održavali dnevni brifinzi za medije na kojima su govorili državni zvaničnici. Izveštaj na 76 strana govori takođe da je agencija imala samo jednog službenika za davanje informacija poreskim obavezniciima o novim koracima vlasti. U izveštaju se takođe navodi da herojske priče zbog manjka vremena ipak nisu ugledale svetlost dana.

Preminuo najpoznatiji mačak u Engleskoj. *Hemfri*, crno beli stanovnik Douning Strita br. 10 preminuo je i otišao u političku legendu, objavio je ove nedelje portparol *Tonija Blera* što je na naslovnoj strani preneo i tabloid *Sun*. Mačak *Hemfri* ušetao je u britanski kabinet još 1989. godine za vreme *Margaret Tačer*, a ostalo je i za vreme mandata *Džona Mejdžora*. Aktuelni premijer *Toni Bler* je po dolasku na vlast poslao je mačora da živi među poslugom jer *Hemfrija* nije simpatizovala supruga *Čeri*. Konzervativci su bili oštri: "*Hemfrija* smatramo nestalim licem. Ukoliko se ne pojavi u javnosti smatraćemo da je pogubljen". Vlada je tada bila primorana da objavi fotografije mačka.



Nedozvoljeno reklamiranje. „Najpoznatija modna revija u Hrvatskoj, *Cro-a-Porter*, ove godine je svoju reputaciju ukaljala logotipom kojim bombarduje hrvatske građane, a koji je zapravo i izgledom i nazivom nezakonita reklama za novu marku cigareta *Avangard* – piše hrvatski list *24 časa*. Pod velom modnog događaja zapravo se indirektno reklamiraju cigarete *Tvornice duhana Rovinj*. Revija ove godine čak nosi naziv *Avantgarde Cro-a-porter*, a izgled logotipa i reklamna kampanja vizuelno gotovo u detalj odgovara izgledu kutije cigareta *Avangard*. Razlika je samo u dva slova. „Svi znaju da postoji zakon koji zabranjuje reklamu duhanskih proizvoda, ali se u ovoj državi stalno neko pozdravlja iz Rovinja a svi tu činjenicu ignorišu. Moguće i da je neko izračunao kako će TDR zbog ove zabranjene i nezakonite reklame i posle plaćene kazne ipak profitirati“ – kažu u listu.

Tips and tricks – Eureka: Nadite vremena za spore misli



Sećate li se priče o Arhimedu u kadi. Današnji menadžeri bi rekli da je gubio vreme. Dok je prema njihovom mišljenju dokolichario, on je otkrio jedan od osnovnih principa fizike. Da li je moguće da bi savremeni menadžeri došli do jedne takve ideje za vreme njihovog brzog jutarnjeg tuširanja?

Inovacija je danas glavna konkurentna prednost kompanija širom sveta, a kreativnost je neophodna za sve one koji žele da idu napred. U situaciji kada sve više zaposlenih pati od prekovremenog rada, premora i stresa dokazano je da ljudski mozak nije u mogućnosti da proizvodi sveže ideje. Oko 40 odsto odraslih Amerikanaca ima manje od 7 sati sna i to vikendom. "Psihološki efekti umora su dobro poznati. Pametnu osobu začas možete preobratiti u glupaka tako što ćete je preoptereti poslom" – kaže *Piter Kapeli*, profesor menadžmenta na *Vortonu*. Ukoliko 50 radnih sati nedeljno postane rutina, ukoliko više ne brojite posao odnesen kući ili rad u avionu tokom leta, pre ili kasnije to se odražava na posao.

Na organizacijskom nivou svi su fokusirani na ispunjavanje trenutnih zadataka i niko ne uspeva da se malo odmakne i razmisli o strateškim idejama. "Kompanije moraju da poštuju vreme koje je neophodno za strateško razmišljanje. Takođe je važno i mišljenje u okviru određenih projekata. Ali, veće ideje uvek dolaze sporije" – kaže *Tom Demarko* autor knjige *Mitovi totalne efikasnosti*. O tome je pisao i *Piter Draker*: "Ono šta čovek može da smisli i uradi u kratkom roku je sigurno ono što je već radio i ono što već poznaje. Svakom čoveku je potrebno vreme za razonodu i opuštanje." Ali, to je bio komentar pre nego što su izmišljeni moderni mobilni telefoni i palmtopovi.

Multitasking zamka. Nije neka novost da multitasking može zapravo napraviti ljude manje efikasnim na poslu. Studije od pre 5 godina pokazale su da ljudski mozak mora da menja brzine između različitih zadataka. Dok razgovarate telefonom čitajući e-mail, razmišljate o sledećem sastanku grabeći sendvič sa stola, sasvim je sigurno da ćete biti manje produktivni i manje spremni za kreativno razmišljanje. Možda će vam prebacivanje na drugi zadatak trajati svega nekoliko sekundi, ali istraživanja su dokazala da multitasking za 20 do 40 odsto smanjuje totalnu efikasnost.

Ono što su naučnici nedavno shvatili je da ljudi mogu najbolje da razmišljaju kada se uopšte ne koncentrišu na posao. Odlične ideje rađaju se obično dok se pere auto, šeta pas ili drema. Kako smo već pisali o otkriću holandskih psihologa da kompleksne probleme bolje rešava podsvest dok je svest preokupirana drugim zadacima, priča se vraća na Arhimedovo "Eureka!" Savremene kompanije ubrzo će shvatiti ovu poruku.

Google case study: *Džastin Rozenstajn* iz kompanije *Google* osmislio je visokoprofitni *Page Creator* program koji omogućava onima koji ne znaju *HTML* kodiranje da kreiraju svoje sajtove lako i brzo. Na ideju je došao pošto su ga prijatelji molili da za njih radi web sajtove. Do konkretnog rešenja došao je pošto je saradivao na projektu koji nije u vezi sa njegovim uobičajenim radnim zaduženjima. Inače, u sedištu kompanije *Google* okruženje je relaksirajuće; sobe za masažu i friziranje, bilijski stolovi i bazeni. "Relaksirani um donosi kreativnost. Ovde je sve fleksibilno. Mi ne nagrađujemo prekovremeni rad. Mi samo merimo rezultate! – kažu u ovoj kompaniji.

Proleće je stiglo! Rezervišite vreme za strateško razmišljanje na kompanijskoj terasi.

Vaš Bovan tim

Reč podrške tokom neuspeha značajnija je nego sati hvala posle ostvarenog uspeha.

Nepoznati autor

SEMINARI, KONFERENCIJE:

- 19. - 22. april 2006. - Međunarodni sajam turizma, Beogradski sajam
- 21. april 2006. - Prva konferencija o unapređenju usluga, Hyatt Regency Hotel organizacija FIC
- 29. – 30. mart 2006. - Tržište nekretnina u jugoistočnoj Evropi: Izazovi i budući razvoj, Hyatt Regency Hotel, Beograd, organizacija Ekonomist Media Group

Urednik: Ana B. Bovan
Zamenik urednika: Maja Vlahović
Za vas pišu i

M. Barać, M. Reić, S. Koprivica, I. Marković,
M. Bučković, A. Djukić



Bovan Consulting
BUSINESS & STRATEGY COUNSEL

Prijava i reklamiranje: bc.bilten@bovan.co.yu
Adresa redakcije: Francuska 55, 11000 Beograd, SCG
posetite **bovan.co.yu**
Fiz +381 11 3036 133, 3036 134,
fax +381 11 3284 380